Ministère du Tourisme

Rapport annuel 1984-1985

Québec

Le contenu de cette publication a été rédigé par
le ministère du Tourisme

Cette édition a été produite par
la Direction générale
des publications gouvernementales

Dépôt légal: 2e trimestre 1986
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN 2-551-06971-8
ISSN 0831-5337

© Gouvernement du Québec

Monsieur Pierre Lorrain
Président de l'Assemblée nationale
Hôtel du Gouvernement
Québec

Monsieur le Président,

Conformément à la loi (L.R. 1977, c. M-24, a. 14), je suis heureux de vous transmettre le rapport annuel du ministère du Tourisme pour l'année financière qui a pris fin le 31 mars 1985.

Ce rapport rend compte de l'ensemble des activités du Ministère depuis sa création en décembre 1984 et contient de nombreux renseignements d'intérêt public.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Le ministre du Tourisme,

Yvon Picotte

Québec, avril 1986

Table des matières

La présentation du Ministère et son mandat 7

La structure administrative du Ministère 7

L'organisation 7

Les effectifs selon les catégories d'emploi 7

Le personnel de direction au 31 mars 1985 8

La Direction et le soutien administratif 9

Le Cabinet du Ministre 9

Le Conseil québécois du tourisme 9

Le Comité consultatif sur l'hôtellerie, la restauration et le tourisme 9

Le Bureau du sous-ministre et le Secrétariat du Ministère 9

La Direction des communications 9

La Direction générale de l'administration 10

La Direction des ressources financières et matérielles 10

La Direction des ressources humaines 10

La promotion et le développement du tourisme 11

La Direction générale des opérations 11

La Direction du marketing 11

Le Service de la commercialisation 11

Le Service de la promotion 14

Le Service de l'accueil et des renseignements touristiques 15

La Direction du crédit touristique 15

La Direction générale du développement 15

La Direction de l'analyse et du développement 16

La Direction de l'hôtellerie 18

L'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec 18

La Société du Palais des congrès de Montréal 22

Annexes 23

Le budget 1984-1985 23

Les conseillers en tourisme 23

La présentation du Ministère et son mandat

La Direction générale du tourisme, qui relevait du ministre de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme, passait en septembre 1984 sous la responsabilité du ministre délégué au Tourisme, M. Marcel Léger. La loi créant le ministère du Tourisme (L.R.Q., c. M-31.1) entrait en vigueur le 20 décembre 1984.

En vertu de cette loi, le Ministère a le mandat d'élaborer et de proposer au Gouvernement des politiques en matière de tourisme, d'en diriger et d'en coordonner l'exécution.

Ses principales responsabilités sont :

- élaborer et mettre en oeuvre des programmes d'aide en vue de contribuer au développement touristique du Québec;
- fournir aux entreprises et aux organismes les services qu'il juge nécessaires au développement touristique du Québec;
- administrer, exploiter et développer des équipements, des immeubles ou des territoires à vocation touristique;
- assurer la consultation et favoriser la concertation des ministères, des organismes et des personnes intéressés au tourisme;
- soumettre ses recommandations au Gouvernement sur les orientations et les activités de l'État et des organismes publics, chaque fois qu'elles peuvent avoir une incidence sur l'industrie touristique du Québec;
- participer, avec les ministères concernés, à l'élaboration et à la réalisation de programmes de coopération avec l'extérieur dans les secteurs où les échanges favorisent le développement touristique du Québec;
- proposer au Gouvernement et aux ministères concernés des mesures relatives à la formation et au perfectionnement du personnel travaillant dans le domaine du tourisme;
- participer au développement et à la promotion de l'offre touristique du Québec ou les coordonner;
- assurer le développement et la diffusion de l'information touristique, notamment au moyen de bureaux de renseignements et d'accueil;
- accorder, aux fins de l'exercice de ses fonctions et pouvoirs et avec l'autorisation du Gouvernement, une aide financière à tout organisme ou entreprise;
- exécuter ou faire exécuter, aux fins de l'exercice de ses fonctions et pouvoirs, des recherches, des études et des analyses;
- recueillir, compiler, analyser et publier des renseignements relatifs au tourisme.

Le Ministère a également charge de l'application des lois confiées en tout ou en partie à sa responsabilité :

- la Loi sur l'hôtellerie (L.R.Q., c. H-3);
- la Loi sur la Société du Palais des congrès (L.R.Q., c. S-14.1);
- la Loi sur l'aide au développement touristique (L.R.Q., c. A-13.1).

La structure administrative du Ministère

L'organisation

La structure du Ministère a été mise en place à la suite de l'acceptation par le Conseil du trésor, le 18 décembre 1984, de son plan d'organisation et d'administration supérieure. L'organigramme du Ministère apparaît aux pages centrales du présent rapport.

Le Ministère compte trois directions générales, les Opérations, le Développement et l'Administration, un Secrétariat et une Direction des communications relevant directement du sous-ministre.

Les effectifs selon les catégories d'emploi

Les effectifs autorisés au 31 mars 1985

Hors cadres	3
Cadres supérieurs	17
Professionnels	90
Personnel enseignant	83
Agents de maîtrise — fonctionnaires	15
Agents de maîtrise — ouvriers	3
Techniciens	19
Employés de bureau	136
Ouvriers	16
Total	**382***

* Ce nombre exclut les employés de la Société du Palais des congrès.

Le personnel de direction au 31 mars 1985

Ministre	Marcel Léger
Directeur de cabinet	Gilles Corbeil
Sous-ministre	Jacques-Yves Therrien
Secrétaire du Ministère	Philippe Vaillancourt
Sous-ministre aux Opérations	Michel Archambault
Sous-ministre au Développement	Michel Carpentier
Directeur général de l'Administration	Maurice Mathieu

La Direction et le soutien administratif

Le Cabinet du ministre

Le mandat du ministre est de diriger le ministère du Tourisme et d'en assumer la responsabilité devant le Conseil des ministres, l'Assemblée nationale et les divers organismes centraux du gouvernement du Québec.

Pour sa part, le personnel du Cabinet conseille le ministre dans les dossiers qui relèvent de sa juridiction et assure la liaison avec les diverses unités administratives du Ministère de même qu'avec les organismes qui relèvent du ministre.

Le Conseil québécois du tourisme

Le Conseil québécois du tourisme, organisme consultatif et autonome, a été institué par la loi créant le ministère du Tourisme.

Le Conseil, formé de douze membres, a le mandat d'entreprendre des études et des recherches, d'exprimer des opinions et de renseigner périodiquement le ministre sur l'état et les besoins du tourisme.

Le Comité consultatif sur l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

Le Comité consultatif sur l'hôtellerie, la restauration et le tourisme, formé en juin 1984 par le ministre du Revenu, M. Robert Dean, passait sous la responsabilité de M. Marcel Léger dès sa nomination à titre de ministre délégué au Tourisme.

Le mandat du Comité, composé de représentants des employés et des employeurs des secteurs de la restauration et de l'hôtellerie, porte sur l'analyse en profondeur de deux grandes questions:

le développement économique de la restauration et de l'hôtellerie en regard:

- de son caractère concurrentiel;
- de la rentabilité de ses entreprises ;
- de la qualité du produit touristique et de sa mise en marché tant interne qu'externe;
- du niveau de l'emploi;

la reconnaissance du statut des travailleurs de ces secteurs en regard:

- du statut et des qualifications professionnelles;
- de la formation professionnelle, tant sur le plan technique que sur le plan de l'accueil et de la promotion touristique;
- de la sécurité du revenu non légiférée (assurance collective, salaire, santé, vie).

Le Comité amorçait ses travaux en décembre 1984 (composition du Comité) et adoptait un plan de travail visant à analyser toute la situation de la restauration et de l'hôtellerie au Québec dans une perspective de développement du tourisme. À la suite de cette étude, des recommandations de changements ou d'améliorations dans les deux secteurs mentionnés seront formulées.

En février 1985, le Comité se dotait d'une équipe permanente. En mars 1985, lors de sa troisième réunion, le Comité consultatif adoptait un *Document d'avancement des travaux* présenté par l'équipe permanente. Ce document devait identifier la teneur de toutes les études devant être réalisées en vue des travaux de réflexion des membres du Comité et de leurs recommandations futures de changements ou d'améliorations pour les secteurs de la restauration et de l'hôtellerie, le tout dans une perspective de développement du tourisme.

Le Bureau du sous-ministre et le Secrétariat du Ministère

Le Bureau du sous-ministre a pour mandat de coordonner les stratégies relatives à l'établissement d'actions prioritaires pour le Ministère et d'élaborer des orientations et des mesures en matière de tourisme. Il assure, avec les sous-ministres adjoints, la coordination des activités du Ministère.

Le Secrétariat, quant à lui, assure l'organisation et le suivi des comités de direction et des réunions avec le ministre, coordonne les relations avec les organismes centraux et maintient la liaison entre les diverses unités administratives et le Cabinet du ministre. Il assume, de plus, toutes les autres fonctions normalement dévolues à un secrétariat central.

La Direction des communications

La Direction des communications a pour mission de faire connaître le Ministère, ses politiques, ses programmes et les actions de ses agents. Pour ce faire, elle doit effectuer la cueillette et la diffusion de l'infor-

mation auprès des agents du Ministère, de ses clientèles et du public en général. Elle doit de plus assurer et coordonner les activités de communication afin qu'elles soient cohérentes et conformes aux grandes orientations du Ministère.

La Direction générale de l'administration

La Direction générale de l'administration apporte le support requis par le Ministère pour la gestion des ressources humaines, financières et matérielles.

Pour l'accomplissement de son mandat, elle est assistée de:

— la Direction des ressources financières et matérielles;

— la Direction des ressources humaines.

Parmi ses principales réalisations, mentionnons:

— l'élaboration du plan d'organisation administrative devant permettre la mise sur pied du ministère du Tourisme ; amorcé en novembre 1984, le plan d'organisation incluant la structure administrative, le partage des responsabilités (vocation des unités administratives), le niveau des emplois supérieurs et l'enveloppe des effectifs requis, a été approuvé par le Conseil du trésor le 18 décembre 1984;

— la mise en vente du Manoir Richelieu à la suite de la décision du Conseil des ministres du 21 novembre 1984, selon la procédure dite de l'approche conventionnelle du marché, c.-a.-d. par contacts directs et indirects avec la clientèle du marché cible.

Pour ce faire, le Gouvernement a retenu les services de la firme Price Waterhouse qui a été chargée d'effectuer toutes les démarches requises auprès des clients potentiels. Par la suite, Price Waterhouse fera rapport au ministre du Tourisme quant au choix de l'éventuel acheteur. Le Conseil des ministres devra approuver la transaction de vente auprès du candidat choisi ainsi que les modalités de la transaction.

La Direction des ressources financières et matérielles

La Direction des ressources financières et matérielles a comme mandat d'assurer le soutien administratif requis pour la gestion optimale des ressources financières et matérielles du Ministère ainsi que l'expertise et le support technique approprié en matière de systèmes et méthodes.

La Direction des ressources humaines

La Direction des ressources humaines voit à la gestion des ressources humaines. Elle est responsable, entre autres, de l'évaluation et de la dotation des emplois, de l'élaboration et de l'application des plans de développement, des programmes d'accueil et d'égalité en emploi, des départs volontaires ainsi que de l'interprétation et de l'administration des conventions collectives.

La promotion et le développement du tourisme

La Direction générale des opérations

La Direction planifie, organise, dirige et contrôle l'ensemble des activités ayant pour but la promotion du produit touristique ainsi que le maintien et l'amélioration de l'infrastructure touristique.

Pour l'exécution de sa mission, la Direction est secondée par:

— la Direction du marketing;

— la Direction du crédit touristique.

La Direction du marketing

La Direction du marketing a pour mission de planifier, d'organiser et de réaliser des activités permettant le développement de marchés cibles afin de maintenir notre position comme destination touristique. Elle doit, de plus, entretenir et développer des liens commerciaux entre l'industrie touristique et les canaux de distribution étrangers. Elle assure la promotion, le développement et la diffusion de l'information touristique.

Dans la réalisation de son mandat, la Direction est supportée par:

— le Service de la commercialisation;

— le Service de la promotion;

— le Service de l'accueil et des renseignements touristiques.

En 1984-1985, la Direction du marketing s'est vu octroyer un budget d'environ treize millions de dollars pour l'ensemble de ses activités. Conjointement avec les Associations touristiques régionales et les principaux intervenants du secteur touristique, la Direction a mis à jour son plan de marketing pour les années 1984 à 1987. Cet exercice avait pour but d'orienter les efforts en fonction des besoins de l'industrie touristique (de créer des occasions d'affaires) de manière à obtenir une meilleure concertation.

Le Service de la commercialisation

Le Service de la commercialisation a multiplié ses interventions auprès des agents générateurs de tourisme par le biais de participation à plusieurs activités. À titre d'indicatif, mentionnons:

— 62 tournées de familiarisation impliquant 1 987 professionnels du tourisme;

— 141 séminaires et foires commerciales spécialisées;

— l'accueil de 639 décideurs ou influenceurs dans le cadre de la sollicitation de congrès et de voyages motivation au Québec, et la promotion en territoire auprès de 2 585 influenceurs et décideurs;

— la participation conjointe aux programmes de promotion de 38 entreprises.

En outre, une attention particulière a été portée aux grossistes développant des forfaits dans différentes régions du Québec. Le Service les a supportés non seulement dans la mise sur pied de nouveaux forfaits mais aussi dans leur promotion. À titre d'exemples, mentionnons Adac Reisen en Allemage, Japan Travel Bureau au Japon, Brennan Tours aux États-Unis et Club Voyage au Québec. En 1984-1985, sous le vocable Tourisme-Québec, le Service, conjointement avec l'entreprise privée, a participé aux grands événements promotionnels. Ainsi fut assurée une présence à la Foire de Berlin, au World Travel Market de Londres ainsi qu'à la Foire du tourisme à Paris.

Sur les marchés américain et canadien, le Service a participé à plusieurs foires et expositions ayant une valeur significative pour l'industrie québécoise, dont:

— Rendez-vous Canada;

— American Bus Association Marketplace (20 intervenants);

— National Tour Broker (États-Unis) (15 intervenants) (Sessions de printemps et d'automne).

En outre, en ce qui a trait à la sollicitation, le Service a organisé ou participé à des congrès et à des voyages motivation lors de la tenue des foires suivantes:

— American Society of Association Executives Show (ASAE) à Washington (10 entreprises québécoises participantes);

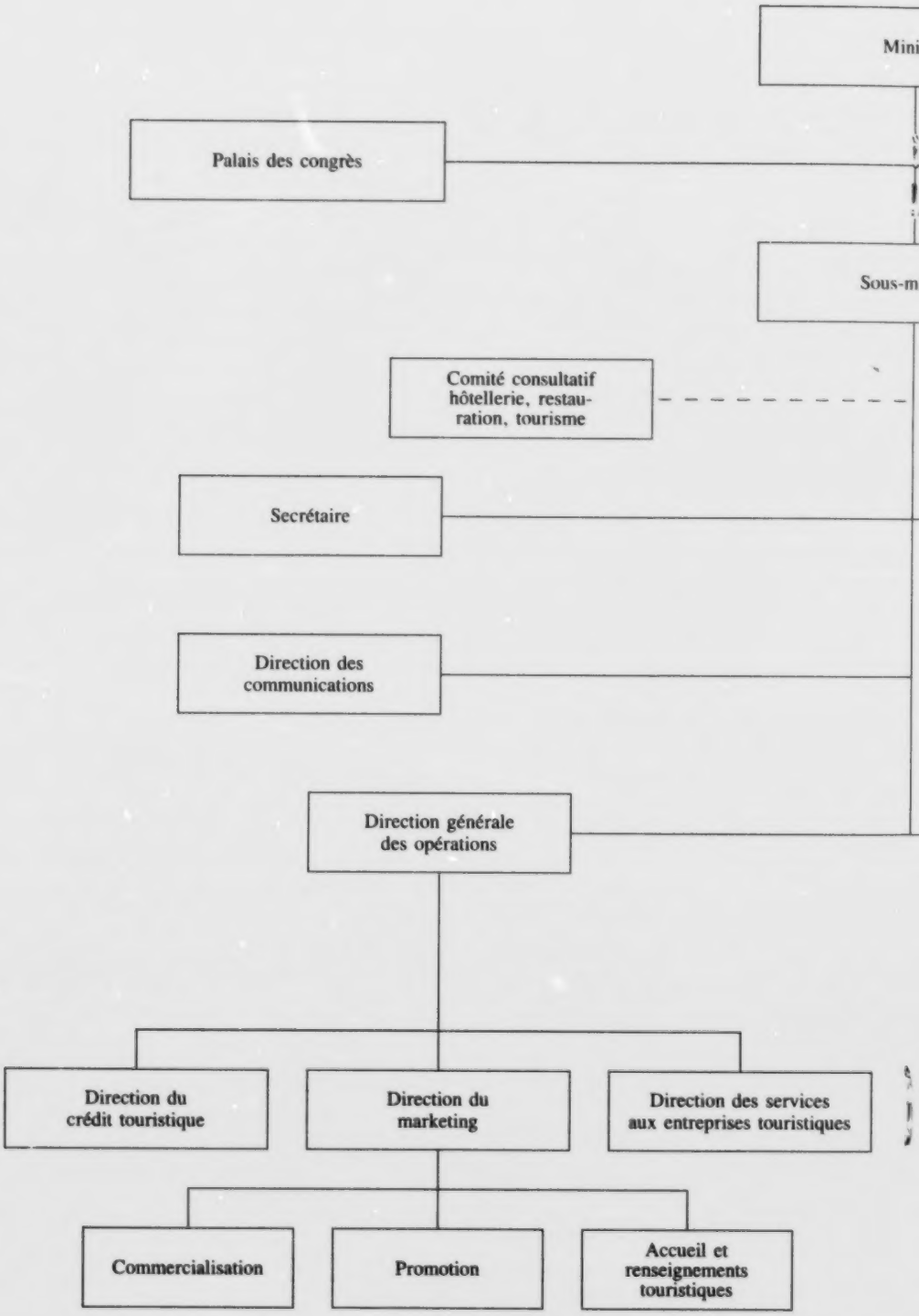
— Incentive Travel Meeting and Executives Show (ITME) à Chicago (5 entreprises québécoises participantes);

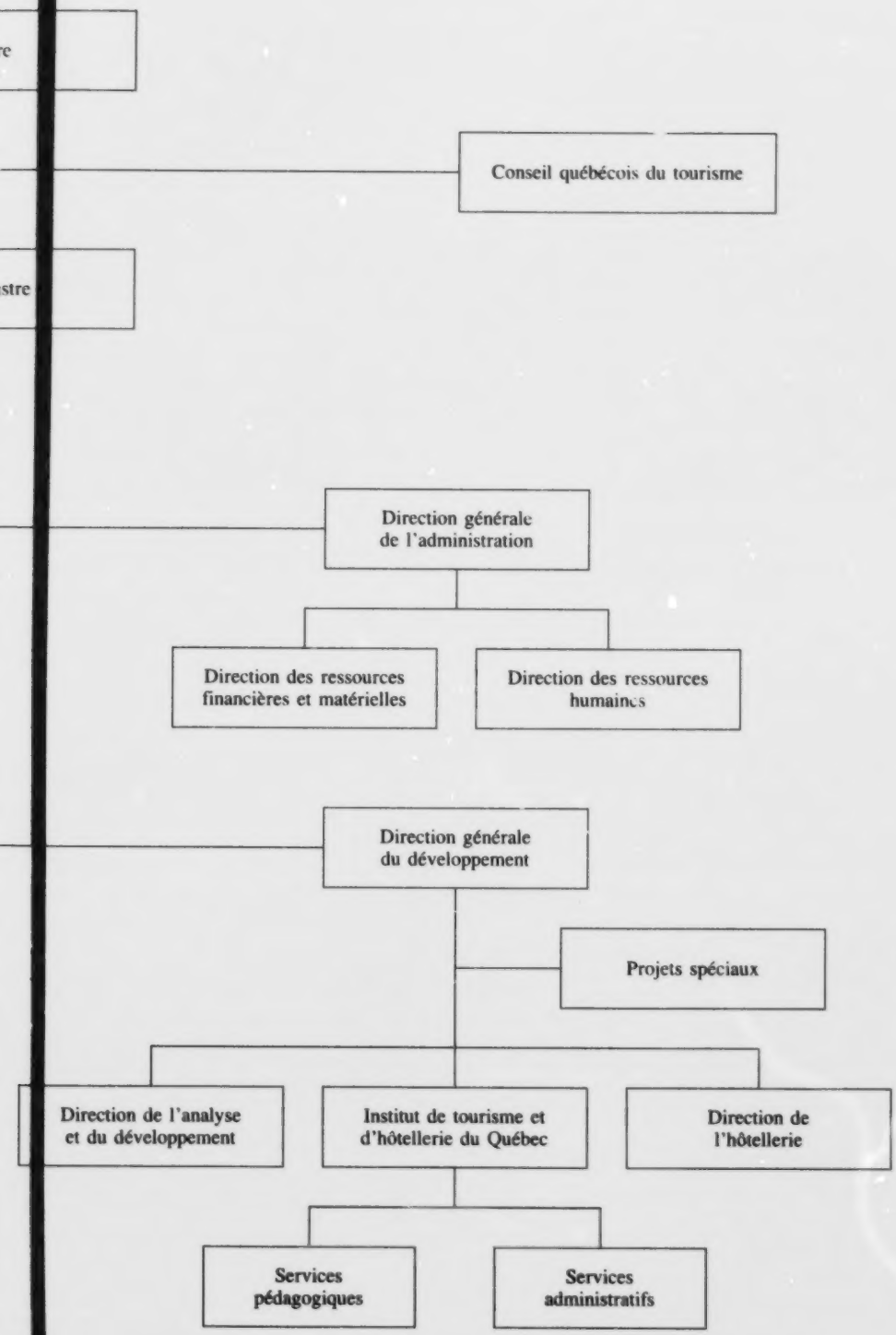
— Life Insurance Marketing & Research Association (LIMRA) à Boston (10 entreprises québécoises participantes);

— Institut des directeurs d'associations (IDA) à Boston (10 intervenants).

Mentionnons également la participation, avec les dirigeants des villes de Montréal, Québec et Hull, à des activités de promotion connues sous le nom de

Organigramme




Conseil québécois du tourisme
Direction générale de l'administration
Direction des ressources financières et matérielles
Direction des ressources humaines
Direction générale du développement
Projets spéciaux
Direction de l'analyse et du développement
Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec
Direction de l'hôtellerie
Services pédagogiques
Services administratifs

«Québec Days» et tenues dans les villes de New York (10 entreprises québécoises participantes), Chicago (9 entreprises québécoises participantes) et Washington (11 entreprises québécoises participantes).

Enfin, le Service a intensifié ses envois postaux promotionnels auprès des membres d'associations ayant tenu leur congrès au Québec. Il a aidé financièrement dix-huit chapitres locaux d'associations nord-américaines et internationales à soumettre la candidature de villes québécoises pour la tenue de congrès dont, à titre d'exemples:

— World Congress of Nuclear Medicine;
— World Energy Conference;
— Congrès international du notariat latin.

Le Service de la promotion

Les activités du Service de la promotion touchent deux volets: la publicité et les relations publiques.

La publicité

En ce qui a trait au marché québécois, le Service a poursuivi l'approche par segmentation du marché et proposé, au moyen de messages radio, de panneaux-réclame, d'annonces de magazines et de journaux, cinq thèmes de vacances au Québec. Cette campagne a été appuyée par un dépliant interministériel (M.L.C.P — M.A.C — M.I.C.T) distribué dans les principales villes du Québec. Le Service a également participé à une campagne promotionnelle avec Autobus Voyageur.

L'événement Québec 1534-1984 a donné le ton aux deux campagnes d'été destinées aux marchés hors-Québec. Au niveau du marché américain, la thématique «Québec, the vacation with la différence» fut reprise de nouveau en 1984. Par ailleurs, pour la première fois dans son histoire et grâce à l'initiative du Service de la promotion, le prestigieux *New York Times Magazine* consacrait un encart spécial aux *Grands Voiliers*. Cette campagne fut appuyée par des publicités à la télévision et dans les grands quotidiens. À la fin de la saison, on enregistrait une hausse significative des demandes d'information sur le Québec.

Considérant la proximité du marché et la forte concurrence de ses propres festivités estivales, un thème prônant davantage l'événement majeur de notre été fut retenu pour l'Ontario. Sous l'invitation «Come celebrate 450 years of history», la campagne de publicité ontarienne fut diffusée au moyen de panneaux-réclame, de magazines et de journaux. L'encart du *New York Times* fut également repris dans les quotidiens de Toronto et d'Ottawa. À l'exemple de l'année précédente, cette campagne a connu une augmentation de plus de 300 % des réponses.

Pour la troisième année consécutive, une campagne de ski fut lancée auprès des skieurs et des clubs de ski ontariens et américains. Sous le thème «Québec Skiing à la française», cette campagne fut diffusée au moyen de magazines spécialisés, de quotidiens et à la radio. Celle-ci a connu un rendement d'au moins 70 % supérieur à la campagne de 1983-1984. Elle a également mérité le prix Anik 1985 de TIAC (Tourism Association Industry of Canada) à titre de meilleure campagne touristique gouvernementale.

Le Service de la promotion lançait en 1984-1985, une première campagne motoneige auprès des marchés ontarien et américain. Cette campagne fut développée essentiellement dans le but de sonder l'intérêt des motoneigistes étrangers à l'égard du Québec. Les résultats obtenus ont confirmé l'existence d'un marché potentiel intéressant.

Pour la deuxième année, le Service a diffusé une campagne de publicité auprès des touristes français. Douze magazines ont diffusé, au cours des mois de février, mars et avril, la thématique «Québec, porte d'entrée de l'Amérique du Nord». Les demandes d'information reçues ont considérablement dépassé les attentes.

En collaboration avec les hôteliers de Montréal, le Service reprenait sa campagne de courts séjours d'hiver au Québec. Sous la bannière «Montréal Winter Break», la campagne s'adressait principalement aux marchés limitrophes du Québec et fut diffusée au moyen de quotidiens. La campagne a généré la vente de plus de 2 500 forfaits spécialement conçus pour celle-ci.

Dans le secteur de la chasse et de la pêche, une étude de marché a été complétée auprès des territoires hors-Québec dans le but d'évaluer la demande potentielle à l'égard du produit chasse au Québec. Sur la base de l'information recueillie, une stratégie de mise en marché du produit sera développée.

Le Service de la promotion a également participé à plusieurs expositions aux consommateurs consacrées aux produits du ski et du plein air. Ces expositions se sont tenues dans des villes importantes de l'Ontario et des États-Unis.

Les relations publiques

Le Service de la promotion a également la responsabilité de l'accueil des journalistes spécialisés dans le domaine du tourisme et celle de la participation à des événements spéciaux à caractère touristique dans le but d'obtenir, dans l'immédiat, une publicité favorable au Québec.

Ainsi, près de 550 rédacteurs touristiques ont visité la majorité des régions touristiques québécoises lors de 175 tournées de familiarisation. Près de 150 de ces rédacteurs touristiques sont venus lors de l'événement 1534-1984. De plus, près de 185 chroniqueurs et

influenceurs de groupes reconnus dans le domaine de la chasse et de la pêche ont participé à des tournées de familiarisation afin d'augmenter le niveau de notoriété du produit chasse et pêche du Québec. Nos efforts à cet effet se sont concentrés principalement sur les marchés américain et ontarien.

Le Service de la promotion fut associé aux événements touristiques majeurs, principalement au cours de la dernière année. À titre d'exemples, notons la visite papale, le Grand Prix Labatt du Canada, le Challenge de tennis Player's, le Festival international des montgolfières du Haut-Richelieu, le Festival de jazz de Montréal, le Festival juste pour rire, le Festival des films du monde, et bien d'autres.

La qualité des activités d'accueil mises sur pied lors de ces événements (réception, kiosques d'information, tournées de familiarisation à l'intention des participants, etc.) a laissé une image positive du Québec aux journalistes et invités de marque. Conjointement avec l'Association technique du tourisme, le Service de la promotion a collaboré à la mise sur pied du deuxième Salon Vacances Québec destiné aux consommateurs montréalais.

Finalement, une association avec Télémédia, sur une base saisonnière, a permis le développement de campagnes à caractère institutionnel visant une meilleure sensibilisation de la population québécoise à l'hospitalité et aux différents produits touristiques régionaux.

Le Service de l'accueil et des renseignements touristiques

Près de 800 000 touristes se sont présentés aux neuf maisons permanentes et aux kiosques saisonniers pour obtenir des renseignements. Par ailleurs, 255 permis d'exploitation de kiosques de renseignements ont été accordés à des organismes régionaux et locaux sans but lucratif, intéressés à la promotion touristique. Le Service a répondu à 86 000 demandes écrites et reçu plus de 200 000 appels à son central téléphonique. Enfin, plus de 6 700 000 exemplaires de publications diverses ont été distribués, soit au Québec, soit à l'étranger, pour promouvoir notre industrie touristique ou informer les touristes sur place.

Dans la mise en place de la politique d'accueil et d'information touristique du Ministère, le Service inscrit également les réalisations suivantes:

- une nouvelle politique, élaborée conjointement avec le ministère des Transports, visant l'amélioration de la signalisation routière du produit touristique québécois;
- quatre guides touristiques régionaux, en collaboration avec les Associations touristiques régionales;
- une entente conclue avec la ville de Montréal pour y implanter un centre international d'accueil et de renseignements (les études en cours permettront de débuter les travaux de construction prochainement);
- des systèmes manuels de réservation d'hébergement mis en place dans toutes les régions touristiques, en collaboration avec les Associations touristiques régionales;
- les études préliminaires pour la conception du système informatisé de réservation d'hébergement et de renseignements touristiques.

La Direction du crédit touristique

La Direction du crédit touristique, responsable de l'administration de la Loi sur l'aide au développement touristique, informe et conseille les requérants de demandes d'aide financière soumises en vertu de cette loi, détermine l'admissibilité des demandes et recommande le montant et la forme d'aide financière allouée.

De plus, elle est appelée à fournir des avis sectoriels dans le cadre des programmes de Financement des entreprises et des Bourses d'affaires.

Au cours de l'année financière, la Direction a reçu 209 demandes d'aide financière, auxquelles on doit ajouter 60 demandes reportées de l'exercice précédent pour un total de 269. De ce nombre, 139 étaient autorisées par le Ministère et transmises à la Société de développement industriel (S.D.I.), 35 étaient refusées et 43 retirées par les requérants.

Durant la même période, la S.D.I. a reçu 139 demandes auxquelles on doit ajouter les 88 demandes de l'année précédente, représentant 310 interventions (subventions, prêts, garanties de prêts). Quelque 109 entreprises se sont vu accorder 113 subventions totalisant plus de vingt millions de dollars, qui ont donné lieu à des investissements globaux de cent deux millions de dollars de la part des entreprises. Cette aide a pu prendre la forme d'une garantie de prêt, d'un prêt de dernier recours, ou encore de la prise en charge d'une partie du coût des emprunts de l'entreprise. Au total, la moitié de cette aide a été accordée pour des projets provenant du sous-secteur de l'hébergement.

La Direction générale du développement

La Direction générale du développement élabore et propose des politiques en matière de tourisme. Elle analyse les activités et les orientations de l'État et des organismes publics, lorsqu'elles peuvent avoir une incidence sur l'industrie touristique, et fait ses recommandations.

Elle a aussi la responsabilité du mandat confié à l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec et veille à l'application de la Loi sur l'hôtellerie ainsi que des règlements s'y rapportant.

La Direction de l'analyse et du développement

Le mandat de la Direction de l'analyse et du développement consiste à:

- concevoir, planifier et évaluer les politiques et programmes de développement touristique du Ministère;
- assurer le développement du produit touristique en concertation avec les partenaires gouvernementaux et régionaux;
- produire et faire l'analyse des indicateurs de performance du secteur touristique et en assurer la diffusion auprès des intervenants.

La conception, la planification et l'évaluation des politiques et des programmes

La Direction de l'analyse et du développement a préparé et diffusé le document intitulé *Le tourisme au Québec: bilan et perspectives d'action 1985-1988.* Ce document de travail et de consultation, tiré à deux mille exemplaires, présente une des analyses parmi les plus exhaustives qui ait été faite sur la réalité touristique du Québec, sur les forces du produit et sur les caractéristiques des marchés. Il propose un ensemble intégré d'objectifs et de moyens d'action en matière de promotion, de coordination, de formation et de développement touristique.

La Direction a, en outre, pris une part active à l'élaboration du plan de marketing 1984-1987 du Ministère. Essentiellement, le plan de marketing décrit les principaux marchés du produit touristique québécois et précise les objectifs et la programmation des actions de mise en marché à l'égard des clientèles visées.

Dans le domaine de l'évaluation, la Direction a préparé et supervisé la réalisation d'une étude sur l'efficacité et la notoriété de la campagne publicitaire *En vacances au Québec, on...* destinée au marché québécois au cours de l'été 1984.

La Direction a, par ailleurs, effectué un sondage visant à mesurer le degré de satisfaction de la clientèle à l'endroit de la brochure touristique de la région de Québec, édition 1984.

À la suite d'une recherche *ad hoc*, la Direction a contribué financièrement à la capitalisation et au fonctionnement de la Fédération des familles-souches québécoises (subvention de 46 000 $). Le Ministère désire encourager les quelque dix millions de Franco-Américains, pour qui le Québec constitue la mère-patrie, à visiter davantage le Québec.

Afin d'étudier les formules du chèque-vacances et du chèque-restaurant en tant qu'instruments de développement touristique, la Direction a réalisé une mission technique visant à prendre connaissance des expériences vécues en France, en Suisse et en Belgique. Un rapport de mission évaluant les possibilités d'implantation de ces formules au Québec a été produit (*Mission technique sur le chèque-vacances et le titre-restaurant...*, avril 1985, 113 p.).

Un document de réflexion, portant sur la mise en oeuvre d'un programme d'épargne tourisme qui aurait pris la forme d'un crédit d'impôt visant à inciter les Québécois à voyager au Québec, a également été produit au cours de l'exercice.

La Direction assume la responsabilité des études et recherches du Ministère. À ce titre, elle a joué un rôle prépondérant dans la planification et la gestion du volet *Études* de l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique 1985-1990.

Le développement régional et sectoriel du produit touristique

Le développement régional

L'exercice 1984-1985 a été marqué par une forte croissance des efforts consacrés au développement des produits touristiques régionaux du Québec. Dans cette perspective, des relations beaucoup plus étroites ont été établies en région, en particulier auprès des Associations touristiques régionales (A.T.R.) dans le but d'harmoniser les actions de développement de l'offre touristique régionale.

Au cours de l'exercice 1984-1985, la Direction de l'analyse et du développement a mis en route le programme de réalisation des plans de développement touristique régionaux. De concert avec les A.T.R. concernées, elle a ainsi collaboré étroitement à la mise en oeuvre initiale des plans de développement des régions du Saguenay – Lac-Saint-Jean – Chibougamau et du Coeur-du-Québec.

Elle a aussi été associée à la préparation des documents qui ont servi lors des Conférences socio-économiques de Québec et du Saguenay – Lac-Saint-Jean – Chibougamau et a assuré le suivi des dossiers à incidence touristique. En outre, elle a assuré la coordination des travaux préparatifs à la Conférence socio-économique de l'Estrie.

La Direction de l'analyse et du développement a également apporté une aide technique et financière substantielle aux travaux visant l'aménagement de la station touristique Magog-Orford.

Conformément aux dispositions de la Loi sur l'aménagement et l'urbanisme, elle a soumis les orientations du Ministère à quelque cinquante-quatre municipalités régionales de comté.

Enfin, à la demande des autorités du Ministère, la Direction a élaboré le concept de base du projet des Grands Prix régionaux du tourisme.

Le développement sectoriel

La chasse sportive

La Direction de l'analyse et du développement a préparé et fait réaliser une étude des marchés potentiels américain et ontarien de la chasse sportive au Québec. Cette volumineuse étude, conduite par la firme américaine Opinion Research Corporation, établit notamment le profil des chasseurs de l'Ontario et des États-Unis susceptibles de faire un voyage de chasse au Québec et les facteurs aptes à les influencer et vise à développer une approche marketing conséquente.

Les événements

De concert avec la ville de Montréal, Tourisme Canada et la Société du Palais des congrès de Montréal, la Direction de l'analyse et du développement a pris part à la réalisation et au suivi d'une étude de faisabilité relative aux Grands Prix mondiaux du tourisme.

Le ski alpin

La Direction de l'analyse et du développement a mené une enquête auprès des skieurs ontariens et américains ayant fait un voyage de ski au Québec au cours de l'hiver 1984.

Un sondage a aussi servi à évaluer la perception du produit ski alpin auprès des Ontariens et des Américains venus skier au Québec durant l'hiver 1983.

Le transport

La Direction de l'analyse et du développement a contribué techniquement et financièrement à la réalisation d'une étude d'opportunité pour l'établissement d'une desserte maritime inter-rives reliant Port-Menier pour le transport des passagers et des marchandises.

Le programme d'études de faisabilité

La Direction de l'analyse et du développement a été dotée d'un budget visant la réalisation d'études de faisabilité technique et financière de projets touristiques jugés moteurs ou particulièrement intéressants quant aux perspectives du marché. Ce programme vise surtout à inciter l'entreprise privée à investir au Québec dans le secteur du tourisme par le biais d'un partage des risques liés aux coûts des études d'avant-projet.

La participation financière du Ministère prend prioritairement la forme d'une subvention, en général égale à 50 % du coût des études de faisabilité et de rentabilité. De telles études peuvent également faire l'objet d'un financement conjoint dans le cadre du volet *Études* de l'Entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique. La Direction a reçu et analysé plusieurs projets d'études liés principalement aux secteurs de l'hôtellerie, des attractions touristiques et des transports.

L'activité conseil

La Direction de l'analyse et du développement a été appelée à fournir un nombre croissant d'avis écrits et de conseils en réponse à des demandes émanant des autorités gouvernementales, de divers services gouvernementaux, des entreprises et d'autres agents économiques concernés par le développement touristique.

La production et la diffusion de statistiques et d'indicateurs de performance

Dans le cadre de ce mandat, la Direction de l'analyse et du développement s'est efforcée de constituer des outils destinés à mieux cerner l'envergure du tourisme au Québec. À cette fin, elle a publié, au cours de l'exercice 1984-1985, des documents fournissant des données de base. Ce sont:

- *Les voyages de plus de 24 heures des résidants des autres provinces canadiennes au Québec en 1982*, 74 p., tirage 750 exemplaires;
- *Enquête auprès des Américains et des Ontariens ayant fait un voyage d'agrément au Québec au cours de l'été 1983*, 68 p.;
- *Les voyages de plus de 24 heures des Québécois au Québec et à l'extérieur du Québec en 1982*, 111 p., tirage 1 500 exemplaires;
- *Étude sur les touristes ayant séjourné dans les établissements hôteliers dans la région métropolitaine de Québec durant l'été 1982*, 66 p.

De plus, la Direction a publié périodiquement *Le baromètre touristique*, un bulletin mensuel permettant de fournir rapidement des indicateurs sur l'évolution de la situation touristique. Plus de 250 intervenants touristiques sont abonnés à cette publication.

La Direction répond également à de nombreuses demandes d'information statistique (plus de 500 annuellement) sur l'offre et la demande touristique québécoise. Enfin, elle prend une part active aux travaux du comité national sur les données de base en tourisme. Ce comité a pour but de systématiser et d'uniformiser la production de données statistiques sur le tourisme au Canada.

La Direction de l'hôtellerie

La Direction de l'hôtellerie a pour mandat d'assurer la gestion des actions nécessaires à l'application de la Loi sur l'hôtellerie et de ses règlements. Elle est de plus responsable de la classification des établissements hôteliers et des salles à manger des hôtels.

L'application de la Loi sur l'hôtellerie

En mai 1984, le Ministère complétait la révision de la Loi sur l'hôtellerie et du Règlement sur les établissements hôteliers et les restaurants. Les diverses modifications apportées à la législation ont entraîné de nombreuses modifications aux procédures de travail, aux divers formulaires utilisés et aux programmes informatiques.

À ce jour, en regard de l'application de la Loi sur l'hôtellerie, les diverses catégories d'établissements détenteurs d'un permis hôtelier sont les suivantes : établissements hôteliers (1 850), restaurants (13 000) et campings (800).

Les principales tâches administratives nécessaires à l'administration de cette législation sont les suivantes:

- émission des permis et perception des droits inhérents à ces permis (plus d'un million de dollars par an);
- réception et enregistrement des déclarations annuelles des prix pour les établissements hôteliers et les campings;
- publication et contrôle des cartes du prix des chambres des établissements hôteliers;
- inspection des établissements dans les cas prévus à la législation et toute inspection jugée nécessaire;
- réponse aux plaintes des touristes;
- participation à divers comités reliés à l'application de la Loi sur l'hôtellerie.

La classification des établissements hôteliers et des salles à manger des hôtels

Depuis 1968, le personnel de la Direction procède à la classification annuelle de l'ensemble des établissements hôteliers du Québec (environ 2 000) et des salles à manger des hôtels (environ 400). La procédure adoptée en 1984-1985 se décompose comme suit:

- visite annuelle des établissements et notation de renseignements pertinents (au moyen de critères préétablis consignés sur des formulaires spécifiques);
- production d'un rapport de classification;
- étude et analyse des rapports par le personnel spécialisé;
- présentation des rapports au Conseil du tourisme (dans la forme et la composition qu'il avait avant la création du ministère du Tourisme);
- avis aux détenteurs de permis, dans les cas de baisse de la classification;
- mise à jour des données en vue de la publication annuelle d'un guide *Hébergement*.

La catégorisation des campings

Le personnel de la Direction de l'hôtellerie procède aussi, depuis plusieurs années, à la catégorisation des campings du Québec en vue de fournir aux touristes une information de base quant aux prix et aux services offerts. Ces renseignements sont consignés par un inspecteur sur des formulaires spéciaux compilés au moment de la visite annuelle et, par la suite, publiés dans le guide *Camping*.

Par ailleurs, outre une présence accrue auprès des diverses associations d'hôteliers et de restaurateurs, la Direction de l'hôtellerie a participé à diverses activités relevant de son mandat, comme des expositions et des colloques. La Direction a également supporté le Comité organisateur de la finale des Jeux du Québec à Dolbeau aux fins de l'accréditation de chambres en résidences privées.

L'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec

L'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec a pour mission de répondre aux besoins de formation, de perfectionnement et de recyclage du personnel et de la main-d'oeuvre de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme québécois.

À cet effet, l'Institut dispense des programmes de formation professionnelle aux niveaux secondaire et collégial dans le cadre de ses cours réguliers et de ses cours d'éducation des adultes.

L'Institut a également le mandat de conseiller la petite et moyenne entreprise du secteur touristique et de mener des recherches appliquées; d'où l'existence en son sein d'un Centre de consultation en gestion et d'un Centre de recherches technologiques.

Dans le domaine de la formation hôtelière, l'Institut poursuit son action de coopération internationale en collaboration avec le ministère des Relations internationales.

En remplissant son mandat de formation professionnelle auprès de ses 4 835 élèves inscrits, soit à des cours réguliers, à temps plein, soit à des cours d'éducation des adultes, l'Institut a accompli, dans le cadre de ses activités d'enseignement, de recherche,

de conseil-gestion et de collaboration nationale et internationale, les réalisations résumées ci-dessous.

L'enseignement

Dans le cadre des activités d'enseignement, notons:

- la mise à jour et l'adaptation des stages de fin d'études en fonction des programmes révisés de Techniques de gestion hôtelière et de Techniques de gestion des services alimentaires;
- l'implantation d'un programme d'aide aux étudiants en difficulté d'apprentissage;
- l'élaboration d'une étude sur le profil de formation des programmes du secteur professionnel offerts à l'Institut en collaboration avec l'industrie;
- la réalisation de cours de recyclage dans les métiers de l'hôtellerie et de la restauration en collaboration avec le ministère de l'Éducation et le Centre d'emploi du gouvernement fédéral;
- la réalisation de cours de perfectionnement dans les métiers de l'hôtellerie et de la restauration en collaboration avec le ministère de l'Éducation et la Commission de formation professionnelle;
- la mise sur pied, par le secteur de l'Éducation des adultes, de cours sur mesure répondant aux besoins exprimés par différents organismes.

Dans le cadre des activités de «Québec 1534-1984», il faut signaler:

- l'échange d'élèves avec le Lycée de Dinard (France) pour l'élaboration et le service d'un banquet;
- la préparation des menus par des élèves de l'Institut durant la traversée du SS Mermoz.

On relève par ailleurs la participation des élèves à divers concours québécois d'art culinaire.

L'hôtel de l'Institut a poursuivi ses activités dans le cadre de sa mission de formation des élèves par les stages, dont l'un des objectifs est de refléter le plus fidèlement possible, les diverses situations du marché du travail. Un total de 299 élèves réguliers ont effectué un stage. À ce nombre s'ajoutent 480 participants des petites et moyennes entreprises venus assister aux séminaires d'administration hôtelière.

Dans ce contexte, l'hôtel de l'Institut a accueilli, au cours de l'année financière, la clientèle suivante:

- Hébergement: 20 560 clients;
- Salle à manger: 46 650 clients;
- Banquets: 17 960 clients;
- Bar: 4 120 clients;

et a généré un revenu de 1 769 300 $.

Dans le cadre du programme de stages pratiques en milieu de travail, 478 entreprises ont offert 704 postes aux stagiaires pour un stage d'été, de fin d'études, de sensibilisation, etc.

La recherche et l'assistance technique

Au niveau des activités de recherche et d'assistance technique, le Centre de consultation en gestion a édité un plan comptable pour auberge et restaurant, a révisé et réédité d'autres outils de gestion comme le *pro forma* pour restaurant et l'inventaire pour auberge et restaurant, l'équipement pour restaurant et l'état des résultats *pro forma* pour hôtel, motel et auberge.

Par ailleurs, le Centre a répondu à plus de 625 demandes de la part de la petite et moyenne entreprise touristique. De ce nombre, une cinquantaine ont bénéficié d'une gestion-conseil en profondeur.

Le Centre de recherches technologiques a pour sa part effectué des recherches qui ont porté sur : le patrimoine culinaire régional du Québec; la nouvelle cuisine québécoise; les services alimentaires des stations de ski du Québec; le potentiel touristique des réserves indiennes du Québec; la commercialisation de la viande de caribou; les desserts de la cuisine traditionnelle du Québec adaptés aux besoins d'aujourd'hui; les menus de la table d'hôte touristique.

Il a également répondu à 35 demandes de consultations techniques de la part de l'industrie touristique et à 635 demandes de consultations *ad hoc*. Il a par ailleurs participé à la rédaction d'articles ou de recettes culinaires pour plusieurs médias en plus d'éditer, pour l'industrie touristique, des guides portant sur la standardisation des recettes culinaires, les principes d'aménagement d'un service alimentaire et l'élaboration d'un bar fonctionnel.

Selon une enquête effectuée par la Direction des services aux étudiants, 91,4 % des sortants de juin 1984 occupaient un emploi au 31 juillet 1984 et 8,6 % étaient en stage. Le Bureau de placement a comblé 842 des 2 694 offres d'emploi à temps plein, 140 des 222 offres d'emploi à temps partiel et 1 334 des 1 546 offres d'emploi occasionnel.

Le Service de la linguistique a répondu à 69 demandes de consultation provenant de l'industrie touristique. Il a collaboré avec l'Office de la langue française pour la recherche sur la terminologie spécialisée en hôtellerie et en restauration. De plus, il a préparé et publié 23 fiches linguistiques, répondant ainsi aux demandes les plus fréquentes.

La Bibliothèque a enregistré 155 342 entrées de personnes. Les bibliothécaires ont répondu à 5 124 demandes de renseignements et effectué 17 747 prêts

de volumes, sans compter que les ouvrages ont été consultés 44 766 fois sur place.

Par ailleurs, il faut signaler la conception et la mise en train de trois programmes de relance du tourisme avec la collaboration des Associations touristiques régionales et des associations professionnelles. Il s'agit de la formation des guides accompagnateurs régionaux, de soirées d'information sur l'accueil des touristes et de la préparation, de la publication et de la transmission aux restaurateurs d'un corpus de menus et de recettes régionales.

La coopération internationale

Dans le domaine de la coopération internationale, les activités d'assistance technique au Lycée hôtelier d'Abidjan (Côte-d'Ivoire) se sont poursuivies en collaboration avec le ministère des Relations internationales.

Les principales activités reliées à l'administration

Les activités de formation, de recherche et de consultation appellent une foule de services auprès des Services administratifs.

Ainsi la Division de l'approvisionnement a traité durant l'année plus de 4 100 demandes, lesquelles se sont traduites par l'émission de 7 000 bons de commandes. Des devis techniques ainsi que des cahiers de charges ont été préparés pour une cinquantaine de contrats de services différents.

La Division de l'économat a répondu à 55 850 demandes de marchandises ou de services pour des fins d'enseignement, de recherche ou pour l'hôtel de l'Institut. La fin de l'année financière a vu débuter le processus d'informatisation de l'Économat central.

La Division de la gestion financière a encaissé des recettes de l'ordre de 410 000 $, traité 11 000 factures de fournisseurs et autres et préparé quelque 250 documents d'engagements budgétaires, tels que les certifications de crédits et les demandes au Conseil du trésor.

La Division de l'immeuble a répondu à 10 000 demandes de services. Elle a supervisé et effectué des travaux de rénovation et de réaménagement ainsi qu'assuré le suivi des contrats majeurs d'entretien de la bâtisse.

Promotion — juin 1984

1 — Cours réguliers à temps plein	Nombre
a) Niveau collégial	
Techniques hôtelières	56
Techniques de gestion des services alimentaires	30
Techniques de tourisme	36
b) Niveau secondaire	
Cuisine professionnelle	123
Pâtisserie-boulangerie	31
Service de restaurant	32
Formation des formateurs	12
Cuisine québécoise	11
Pâtisserie-boulangerie complémentaire	1
Pâtisserie-boulangerie supplémentaire	17
Sous-total	**349**

2 — Éducation des adultes	Nombre
Recyclage (Montréal)	405
Cours professionnels itinérants	1 200
Perfectionnement	630
Séminaires d'administration hôtelière	480
Séminaires régionaux d'administration hôtelière	336
Cours sur mesure	832
Sous-total	**3 883**
Grand total	**4 232**

Population étudiante — 1984-1985
(au 30 septembre 1984)

1 — Cours réguliers à temps plein	Nombre
a) Niveau collégial	
• Techniques de gestion hôtelière	
1re année	83
2e année	70
3e année	59
Inscription spéciale	16
• Techniques de gestion des services alimentaires	
1re année	68
2e année	60
3e année	27
Inscription spéciale	7
• Techniques de tourisme	
1re année	68
2e année	48
3e année	51
Inscription spéciale	2
b) Niveau secondaire	
• Cuisine professionnelle	
1re année	101
2e année	101
Inscription spéciale	9
• Cuisine québécoise	11
• Pâtisserie-boulangerie	
1re année	34
2e année	26
Inscription spéciale	17
• Service de restaurant	
1re année	50
2e année	43
Inscription spéciale	1
Sous-total	**952**

2 — Cours d'éducation des adultes	Nombre
Recyclage (Montréal)	405
Cours professionnels itinérants	1 200
Perfectionnement	630
Séminaires d'administration hôtelière	480
Séminaires régionaux d'administration hôtelière	336
Cours sur mesure	832
Sous-total	**3 883**
Grand total	**4 835**

La Société du Palais des congrès de Montréal

Au cours de l'année 1984, la Société du Palais des congrès de Montréal a réévalué sa structure administrative afin de tenir compte de l'expérience acquise depuis l'ouverture du Palais et de s'adapter à la réalité. Elle a mis en place une structure d'organisation qui s'est révélée fonctionnelle, efficace et plus conforme à sa vocation. Cette structure lui permet d'intensifier ses efforts de promotion et de sollicitation sur les marchés cibles et de mieux desservir sa clientèle.

La Société a contracté des emprunts totalisant quatre-vingts millions de dollars afin de se porter acquéreur du bâtiment du Palais des congrès. Propriétaire depuis le 30 mars 1984, la Société a maintenu le contrat avec la Société immobilière du Québec afin de compléter les travaux et de corriger les déficiences avec les divers entrepreneurs. Certaines modifications doivent encore être apportées, dont celles requises par les normes du ministère de l'Habitation et de la Protection du consommateur.

À la suite de la réorganisation de l'Office des congrès et du tourisme du Grand-Montréal, la Société a décidé de lui confier la promotion et la sollicitation auprès du marché américain.

En collaboration avec le ministère du Tourisme, la Société maintient un représentant à Washington afin de favoriser un contact permanent auprès des sièges sociaux de diverses associations américaines et internationales. Un représentant permanent a été affecté à Paris pour solliciter diverses associations européennes de statut international, en collaboration avec les Délégations du Québec à l'étranger.

En 1984, la Société a accueilli 33 congrès, dont 4 de niveau international; 6 provenaient des États-Unis, 8 du Canada et 15 du Québec. De plus, 30 expositions commerciales et publiques se sont tenues au Palais, de même que 45 événements de nature diverse, totalisant ainsi 108 événements pour un taux quotidien d'activité de 82,97 %.

La Société du Palais des congrès de Montréal estime que pour l'année financière 1984-1985, les activités tenues au Palais ont généré chez les 861 000 visiteurs des dépenses de l'ordre de trente et un millions de dollars, lesquelles entraîneront des retombées économiques de soixante-dix millions de dollars.

Les principaux événements ont été les suivants:

- Journées dentaires de l'Ordre des dentistes du Québec;
- American Newspaper Publishers Association;
- American Pharmaceutical Association;
- Chemical Institute of Canada and American Institute of Chemicals;
- Conférence internationale de développement social;
- Guide international;
- National Medical Association;
- Canadian Labour Congress;
- 11e Congrès des villes jumelées;
- Jaycees International;
- Salon international du prêt-à-porter;
- Canadian International Automative Show;
- Salon de la P.M.E.;
- Salon du meuble de Montréal.

Annexes

Annexe 1

Le budget 1984-1985

Dépenses par élément de programme

	Crédits 1984-1985	Dépenses 1984-1985	Dépenses 1983-1984
Élément 01 — Promotion du tourisme	18 114 400	17 062 168	12 339 028
Élément 02 — Développement du tourisme	6 730 900	6 188 284	6 899 629
Élément 03 — Formation professionnelle	13 345 100	13 332 900	12 404 513
Élément 04 — Société du Palais des congrès de Montréal	31 265 300	31 265 300	8 351 100
Élément 05 — Direction et soutien administratif	736 171	661 551	—
Total	**70 191 871**	**68 510 203**	**39 994 270**

Annexe 2

Les conseillers en tourisme

Atlanta

Délégation du Québec
Peachtree Center Tower
230, Peachtree Street, N.W.
Bureau 1501
Atlanta, Ga 30303
U.S.A.
Téléphone: (404) 581-0488
Télex: 00.542689

Boston

Délégation du Québec
Exchange Place
Corner of State and Congress Streets
19e étage
Boston, Ma 02109
U.S.A.
Téléphone: (617) 723-3366
Télex: 00.940683

Chicago

Délégation du Québec
35, East Wacker Dr.
Bureau 2052
Chicago, Il 60601
U.S.A.
Téléphone: (312) 726-0683
Télex: 00.501033

Düsseldorf

Délégation du Québec
Königsallee 30, Kö-Center
4000 Düsseldorf 1
R.F.A.
Téléphone: (011-49-211) 32-08-16
Télex: 41.8587659

Londres

Délégation générale du Québec
59, Pall Mall
London SW1Y 5JH
England
Téléphone: (011-44-1) 930-8314
Télex: 51.261618

Los Angeles

Délégation du Québec
700, South Flower Street
Bureau 1520
Los Angeles, Ca 90017
U.S.A.
Téléphone: (213) 689-4861
Télex: 00.677620

New York

Délégation générale du Québec
Rockefeller Center
17 West, 50th Street
New York City, N.Y. 10020-2201
U.S.A.
Téléphone: (212) 397-0200
Télex: 00.126405

Paris

Centre québécois des promotions industrielles
11 bis, rue de Presbourg
75016 Paris
France
Téléphone: (011-33-1) 45.01.90.90
Télex: 42.612940

Tokyo

Délégation du Québec
Kojimachi Hiraoka Bldg
5e étage
1-3, Kojimachi Chiyoda-ku
Tokyo 100
Japon
Téléphone: (011-81-3) 239-5137
Télex: 72.23842

Toronto

Bureau du gouvernement du Québec
20, Queen Street West
Bureau 1004
Box 13
Toronto (Ontario)
M5H 3S3
Canada
Téléphone: (416) 977-6060
Télex: 062.2071

Washington

Bureau du gouvernement du Québec
1300, 19th Street, N.W.,
Bureau 220
Washington D.C. 20036
U.S.A.
Téléphone: (202) 659-8990
Télex: 00.892731